

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Педагогический институт имени В. Г. Белинского
Историко-филологический факультет
Гуманитарный учебно-методический и научно-издательский центр ПГУ

II БУСЛАЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

*Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием, посвященной
200-летию со дня рождения М. Ю. Лермонтова*

г. Пенза, 3 апреля 2014 г.

Под редакцией
Е. К. Ревы

Пенза
ГУМНИЦ ПГУ
2014

УДК 8.07
ББК 80
В87

II Буслаевские чтения : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. В87 с междунар. участием, посвящ. 200-летию со дня рождения М. Ю. Лермонтова (г. Пенза, 3 апреля 2014 г.) / под ред. Е. К. Ревы. – Пенза : ГУМНИЦ ПГУ, 2014. – 424 с.

Представлены материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «II Буслаевские чтения», проходившей 3 апреля 2014 г. на историко-филологическом факультете Пензенского государственного университета. Рассмотрены актуальные вопросы гуманитарных наук: работы по литературоведению, языкознанию, журналистике, методике преподавания русского языка и литературы.

Издание предназначено для преподавателей вузов, студентов и аспирантов, учащихся старших классов общеобразовательных школ и всех, интересующихся гуманитарными знаниями.

УДК 8.07
ББК 80

Редакционная коллегия:

И. П. Щерблякин, доктор филологических наук, профессор;
Г. Е. Горланов, доктор филологических наук, профессор;
Г. И. Канакина, кандидат педагогических наук, профессор;
О. В. Христолюбова, кандидат филологических наук, доцент;
Е. К. Рева, кандидат филологических наук, доцент (*ответственный редактор*)

Материалы печатаются в авторской редакции.

© Гуманитарный учебно-методический
и научно-издательский центр, 2014

КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И СМИ

Коммуникативная культура может быть формой деятельности людей – выражать саму суть культуры и интегрировать все остальные ее характеристики. Она является сущностной характеристикой человека, связанной с чисто человеческой способностью целенаправленного преобразования окружающего мира, в ходе которой создается искусственный мир вещей, символов, а также связей и отношений между людьми.

Цель курса – последовательно рассказать не только о том, что такое коммуникативная культура СМИ, какова основная система понятий и терминов, относящихся к этой дисциплине, дать представление обо всем, что составляет и составляет своеобразие этой дисциплины.

Задачи курса:

научить основам культуры ораторской речи;
усовершенствовать навыки редактирования текста;
научить выбирать языковые средства в соответствии с содержанием собственного журналистского произведения.

Темы 1: Как правильно спорить?

Вопросы, которые затрагиваются на занятии

1. Основные факторы, влияющие на характер спора и его особенности:

- цель спора;
- значимость проблемы спора;
- количество участников;
- форма проведения спора.

2. Цели спора могут быть следующими:

- спор из-за истины;
- спор для убеждения оппонента;
- спор для одержания победы;
- спор ради спора.

3. Особенности полемики, дебатов и дискуссий

4. Типы аргументов в споре: аргументы с помощью примера, иллюстрации, образа, аналогии, с помощью определения, возведения к роду, разделения на виды, от противоположного, путем указания причин и последствий, нахождения противоречий и др.

5. В качестве доводов могут выступать также факты, т. е. явления действительности, которые подтверждают тезис или согласуются с ним. Другими словами, это должны быть такие мысли, которые считаются верными не только нами самими, но и теми людьми, кому мы доказываем, и из которых вытекает истинность или ложность тезиса.

Итак, мы рассмотрели, что такое спор, виды и классификацию спора, на конкретных примерах рассмотрели, какие приемы используются на практике. Тем не менее, следует еще раз подчеркнуть: не существует правил на все случаи жизни. Жизнь будет преподносить огромное количество разнообразных

ситуаций, выход из которых придется искать самостоятельно. Однако, применяя рассмотренные правила, используя различные приемы, ежедневно совершенствуя свое мастерство, можно, несомненно, достигнуть успеха.

Практическую часть занятий составят:

а) анализ конкретных споров (просмотр видеозаписей споров в СМИ)

б) ролевая игра «Дебаты»

Тема 2: Практические приемы спора

Вопросы, которые затрагиваются на занятии

1. Стадии проведения спора

В идеальном варианте разрешение спора проходит четыре стадии:

1. *Стадия конфронтации*, на которой устанавливается, что между участниками диалога происходит спор, и они формулируют конфликтующие между собой точки зрения.

2. *Стадия начала дискуссии*, в течение которой обсуждается стремление (или отказ от него) к разрешению спора с помощью корректной и приемлемой аргументации. Здесь обе стороны договариваются о «правилах игры».

3. *Стадия аргументации*, на которой один из участников спора защищает свою позицию, а его оппонент систематически ее критикует, добиваясь дополнительной аргументации, пока у него еще остаются возражения или сомнения. Это решающая стадия в течение спора.

4. *Подведение итогов спора*, которое отражает его разрешение и характер этого исхода, определение того, чья точка зрения оказалась в итоге более аргументированной и условно победившей.

2. Уловки в споре

Достаточно строгого определения понятия «уловки в споре» нет. Этим термином обычно обозначают заведомо некорректные приемы ведения спора, своеобразные подножки, «диверсии», попытки достаточно грубого манипулирования партнером в целях максимального удовлетворения собственных интересов, принижения оппонента и нанесения ему определенного психологического ущерба. С одной стороны, они помогают отстоять свое суждение, которое партнер должен принять как будто свободно, без ощущения давления на него, с другой – позволяют столь же свободно подвести не искусственного в логике и правилах корректного ведения спора собеседника к отказу от собственной позиции. Очевидно, что уловки часто используются для того, чтобы существенно осложнить сопернику ведение спора. Человек, который применяет уловки в споре, чем-то напоминает игрока, постоянно нарушающего правила игры, однако хорошо знающего не только о существовании этих правил, но и об их содержании.

Практическую часть занятий составила ролевая игра на применение уловок в споре

Тема 3: Как написать деловое письмо

Вопросы, которые затрагиваются на занятии

1. Структура текста

Деловые письма рекомендуется составлять лишь по одному какому-то вопросу. При составлении письма следует сначала "набросать" логическую схему его содержания. В качестве аналога можно использовать образцы уже имеющейся деловой переписки.

Наиболее рациональной представляется структура текста, состоящая из двух частей:

- в первой излагаются мотивы, послужившие поводом для составления письма,

- во второй части – предложения, просьбы, решения, распоряжения.

2. Изложение содержания.

Разбивая текст официального письма на абзацы, мы облегчаем его восприятие адресатом. Средняя длина абзаца должна составлять 4-5 предложений. Однако в текстах официальных писем часто встречаются абзацы, состоящие из одного предложения. Но какова бы ни была длина абзаца, всегда следует помнить, что он является внутренне замкнутой смысловой единицей.

Порядок слов при составлении официальных писем зависит от их информационной роли. Несмотря на то, что в русском языке порядок слов относительно свободный (то есть члены предложения не имеют фиксированного места, как, например, в английском), все же существуют определенные правила расположения слов. В зависимости от того, где располагается то или иное словосочетание, меняется смысл предложения.

Во время практической части слушателям было предложено написать деловое письмо на одну из предложенных тем

1. Просьба о спонсорской помощи
2. Ответ на приглашение провести занятия

Тема 4: Имидж делового человека

Вопросы, которые затрагиваются на занятии:

1. Формирование вербального имиджа

2. Вербальный имидж – мнение, сложившееся о вас на основании информации:

- прямой или косвенной;
- осознанной или неосознанной;
- вербальной или невербальной.

Вербальный имидж формируется только через речь (устную или письменную). Если есть проблемы с речью (не все умеют достаточно четко и ясно излагать свои мысли в экспромт-речи), то здесь уместна поговорка «Слово – серебро, а молчание – золото». В ряде случаев молчание действительно имеет преимущество перед речью.

3. Четыре техники формирования вербального имиджа

- позитивнее с людьми разговаривать, а не говорить;
- необходимо учитывать личные интересы собеседников;
- не забывать при разговоре с собеседником инициировать улыбку;
- смелее преодолевать некоторые социальные табу (не явно обоснованные или архаичные запреты на определенные темы).

Практическая часть - Задание

Произнесите одну и ту же фразу, придавая ей прямой и противоположный смысл

1. Рад вас видеть!
2. Спасибо за работу.
3. Приходите завтра.
4. Я в восторге.
5. Спасибо, мне очень приятно ваше внимание.
6. Приятно было с вами поговорить.
7. Спасибо за комплимент.
8. Очень вам признателен.
9. Ценю вашу настойчивость.
10. Мне это очень нравится.

Тема 5: Самопрезентация

Вопросы, которые затрагиваются на занятии

1. Анализ своих целей

Преуспевающий деловой человек должен выглядеть как преуспевающий деловой человек. В бизнес-практике особое внимание уделяется такой личностной характеристике, как способность вызывать доверие. Обманчиво первое впечатление или нет, деловой человек должен сделать все, чтобы понравиться своему деловому партнеру с первого раза.

Вспомните фактор преимущества, фактор привлекательности, фактор отношения к нам.

2. Приемы установления контакта:

- улыбка, доброжелательный взгляд;
- приветствие, включающее рукопожатие и слова;
- обращение к партнеру по имени-отчеству, с этой целью представление, знакомство, обмен визитными карточками;
- проявление дружеского расположения, использование для этого шутки, юмора, комплиментов, видимого участия;
- подчеркивание значимости партнера, фирмы, которую он представляет, проявление уважения к нему, демонстрируемое словами, мимикой, жестами, позой, организацией пространственной среды;
- открытое признание достоинств вашего партнера.

3. Уверенность в себе

Уверенность в себе несомненно способствует успеху самопрезентации, ибо неуверенный в себе человек, все подвергает сомнению, прежде чем что-то сказать, сомневается в своих возможностях, долго думает. Для развития уверенности в себе делайте следующее:

1. Перестаньте критиковать самого себя.
2. Перестаньте жаловаться.
3. Займитесь своей физической формой.
4. Обретите независимость.
5. Смотрите на мир позитивно.

Задание 1

Попросите друг друга ответить на вопросы об особенностях вашего внешнего вида: манеры одеваться, походки, излюбленных поз, жестов.

Задание 2

Группа помогает каждому найти ответы на следующие вопросы:

1. В чем особенности вашего имиджа? Насколько он приемлем в деловом мире?

2. Подумайте, что нужно сделать, чтобы ваш имидж способствовал успеху в деловом мире:

а) как улучшить внешнее впечатление;

б) какие деловые качества нужно приобрести, какие усовершенствовать, от каких недостатков характера необходимо избавиться.

Тема 6. Речевой этикет

Вопросы, которые затрагиваются на занятии

Речевой этикет – это совокупность всех этикетных речевых средств и правила их использования в тех или иных ситуациях. Общим принципом использования этикетных средств в любой сфере человеческой жизни остается принцип вежливости.

Приветствие – один из самых важных знаков речевого этикета. С его помощью устанавливается контакт общающихся, выражаются отношения между людьми.

Принципы использования этикетных формул, помимо универсального принципа вежливости, – это принцип соответствия речевой ситуации. Обстановка общения (официальная, неофициальная) и фактор адресата (социальный статус, личные заслуги, возраст, пол, степень знакомства) являются определяющими при выборе этикетных формул.

Обстановка общения и этикетные формулы. Ты - и Вы - общение

В официальной обстановке делового общения принято выбирать универсальные этикетные формулы:

Приветствие	<i>Добрый день (утро, вечер)! Здравствуйте!</i>
Прощание	<i>До свидания! Всего доброго! Всего хорошего! До встречи! (если назначена встреча) Позвольте попрощаться! Счастливого пути (отъезжающему)</i>
Благодарность	<i>Спасибо! Очень признателен вам! Благодарю! Большое спасибо! Сердечно благодарю (благодарен)! Разрешите поблагодарить вас!</i>
Просьба	<i>Будьте добры... Будьте любезны... Прошу вас...</i>
Извинение	<i>Приношу свои извинения... Извините, пожалуйста... Прошу меня простить... Простите, пожалуйста...</i>
Предложение	<i>Позвольте предложить... Мне хочется предложить вам... Я хотел бы предложить вам...</i>
Приглашение	<i>Разрешите пригласить вас на... Я приглашаю вас на... От имени...приглашаю вас на...</i>

Средствами этикета подчеркивается дистанция официального общения. Это связано с выбором Вы-обращения. Независимо от социального статуса, пола и возраста собеседника выбирается Вы-обращение, которое предполагает не только обращение к собеседнику по имени-отчеству, но и определяет выбор темы обсуждения, дистанцию общения, тональность, лексический отбор. Официальная обстановка требует двустороннего Вы-общения в любой социальной и возрастной группе.

В русском обществе принята трехименная система названия людей: фамилия, имя, отчество. Это касается не только обращения, но и упоминания в официальных условиях. Полное обращение может сочетаться только с обращением на Вы.

Одна из важнейших функций этикета – снятие агрессии. Она реализуется в правильном выборе тона общения, прежде всего в отсутствии категоричных оценок. Нужно помнить, что, чем вежливее говорящий, тем менее категоричны его высказывания.

Система обращений

Любое обращение, с помощью которого мы обозначаем адресата речи, – это обращение-индекс: водитель, доктор, кондуктор, профессор и т.д. Такие обращения широко используются в деловой речи. При необходимости обратиться к человеку по званию, должности, роду занятий мы используем обращения-индексы и в повседневной речи:

- Доктор, выпишите, пожалуйста, рецепт!

- Водитель, остановите машину у перекрестка, пожалуйста!

- Уважаемые покупатели! Для вашего удобства в нашем магазине работает камера хранения.

Клиенты, рекламодатели, партнеры, соучредители и т.п. – все эти слова используются в качестве обращений-индексов в различных жанрах деловой речи: *Уважаемые клиенты нашего банка! Сообщаем о ежегодной выплате дивидендов держателям акций и выплате процентов по вкладам с 13 января 2005 года.*

Сложнее обстоят дела с общеупотребительным обращением. Сегодня официальное обращение *господа, дамы и господа* переживает второе рождение. Оно все активнее входит в деловое общение. Употребляя его нужно помнить следующее. Во-первых, в форме единственного числа обращение «господин» не употребляется самостоятельно, а только с фамилией, званием или должностью: *Господин Онучин, господин губернатор, господин председатель, господин профессор*. Во-вторых, обращение «господин» или «дамы и господа» – это обращение равного к равным. Иногда оно сочетается с индексовыми обращениями при условии однородности аудитории: *господа банкиры, господа предприниматели*. В-третьих, поскольку обращение еще сохраняет как старое лексическое значение, так социально-политический дореволюционный оттенок («хозяин своего положения»), оно не должно употребляться по отношению к маломуумущим, безработным и другим социально незащищенным слоям населения.

Сегодня появляются попытки выработать новые официальные обращения, объединяющие представителей всей партии и сословий: *сограждане, соотечественники, россияне*. Они используются только в форме множественного числа при обращении к публике. А вот при необходимости обратиться к человеку в очереди, в автобусе, в мастерской часто возникают затруднения. Совершенно недопустимыми являются обращения «мужчина – женщина». Использование таких обращений – черта малокультурных людей. При затруднении в выборе обращения можно использовать описательные, не прямые обращения: *простите, не затруднит ли вас..., извините..., будьте любезны...*

Знакомство. Рекомендации

Ситуация знакомства – это ситуация настолько штатная в деловом общении, что речевое общение, как правило, доводится до автоматизма. Знакомство может осуществляться без посредника и при помощи посредника, когда людей знакомит кто-то третий. Если знакомство осуществляется без посредника, инициатором знакомства в первой реплике называется та организация, которую он представляет, и цели, которые преследуются установлением данного контакта. Лучше, если в этом случае представляющийся начинает свою реплику с извинения.

А. – Простите, я хотел бы с вами познакомиться! Фирма «Акцент». Мы хотели бы пригласить вас на нашу выставку, для того чтобы завязать контакты на будущее. Вот моя визитка. Меня зовут Дмитрий Штов. Я директор фирмы.

Б. – Очень приятно.

Деловые люди сегодня при знакомстве часто обмениваются визитными карточками. Это удобно и экономит время, поэтому в случае, если вы вручаете визитную карточку, обязательно называть имя и отчество, можно только фамилию. Другое дело, если вы представляетесь, не имея при себе визитной карточки. Тогда вы называете полностью имя, отчество, фамилию и контактный телефон после названия или представления своей фирмы.

- Фирма «Строймастер», оптовая продажа стройматериалов, мне хотелось бы с вами познакомиться. Мы заинтересованы в создании широкой дилерской сети в вашем регионе. Я менеджер по продажам Петров Максим Викторович. У меня, к сожалению, нет с собой визитки, поэтому я напишу свой телефон и фамилию от руки.

Если вы выступаете в качестве посредника, представляя кого-либо из своих знакомых, нужно помнить, что существует ряд правил представления. Первым представляют «низшего» «высшему». С точки зрения русского этикета, низким будет младший по возрасту, социальному статусу собеседник. Низким будет и мужчина по отношению к женщине при равенстве позиций.

Первенство старших по отношению к младшим и женщин по отношению к мужчинам принято у очень многих народов. Однако порядок учета и расположения по степени важности этих признаков различен в разных странах. В Англии – социальный статус (материальное состояние, титул), пол, возраст. Во Франции – социальный статус (социальное положение, материальное состоя-

ние) и пол обладают одинаково важными признаками при выборе этикетного слова. В России – социальный статус (социальное положение, личные заслуги), возраст, пол. Это означает, что пожилому мужчине или мужчине, занимающему высокое социальное положение, представляют тех, кто младше и ниже по положению, пожилой женщине – молодую. Пол в русском речевом служебном этикете не обладает индексным значением при выборе этикетных формул и даже форм:

Директор компании «Вектор» Викторова Елена Сергеевна

Менеджер Уланова Оксана Михайловна

Эксперт-аналитик Клименко Анна Дмитриевна

Знакомство с помощью посредника имеет свои преимущества: посредник может не только представить, но и охарактеризовать сотрудника, дать ему рекомендации с учетом целей установления контакта. Кроме фамилии (имени-отчества) в этой ситуации называют должность, организацию, которую представляет человек, ученую степень (если есть), звание (если есть). Например:

А. – Позвольте представить вам нашего перспективного сотрудника, специалиста по маркетинговым исследованиям Глушко Юлию Витальевну.

Б. – Рад познакомиться.

При знакомстве в деловой обстановке бывает необходимо дать рекомендацию тому или иному сотруднику для участия его в том или ином проекте, деле.

- Дмитрий Александрович Денисов, начальник отдела снабжения нашего завода, пунктуален, ответственный, начатое дело всегда доводит до конца. На него можете положиться. Он будет контролировать ход выполнения договора.

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение понятию «этикет».
2. Каков общий принцип использования этикетных средств?
3. Чем отличается Вы-общение от Ты-общения?
4. В чем специфика сложившейся в русском речевом этикете системы обращений?
5. Являются ли обращения «господин», «господа» универсальными?
6. Чем отличается знакомство в деловой сфере общения от знакомства в личной сфере общения?

Практические задания

Задание 1

Какие формулы речевого этикета вы используете, чтобы обратиться:

- 1) к пожилому человеку, чтобы узнать, который час;
- 2) к секретарю директора, чтобы узнать решение по вашему заявлению;
- 3) к полицейскому, чтобы узнать, как проехать на выставку.

Задание 2

Познакомьте своего руководителя:

- 1) с прибывшим иностранным партнером;
- 2) с клиентом вашей фирмы.

Задание 3

Какие этикетные фразы вы используете для вежливой формы отказа:

- 3) принять предложение;
- 4) выслать новые каталоги;
- 5) принять посетителя.

Задание 4

Составьте текст поздравительного письма, адресованного директору фирмы, и сравните с поздравительными текстами, которые вы обычно адресуете своим близким (структура, выбор обращения, самоименование, поздравительные формулы).



Данченко Анна Александровна – докторант Phd КазНУ им. Аль-Фараби, продюсер «31 канала».

Образование: КазНУ им. Аль-Фараби. Академическая степень Магистр Филологии. Специальность – Иностранная филология. Диплом с отличием (2009-2011). Актыбинский Государственный Педагогический Институт. Академическая степень Бакалавр иностранных языков (английский и немецкий). Диплом с отличием (2006-2009).

Опыт работы: помощник переводчика английского языка в филиале ООН города Аральск (2002-2003 гг.) Учебный Центр «Дарын XXI» – преподаватель английского языка (2006-2007 гг.). Авторская детская образовательно-

развлекательная телевизионная программа по изучению казахского и английского языков «Айналайын» для детей старшего дошкольного и школьного возрастов (2008 г.) Областная телекомпания «Рика TV (г.Актобе.)», ведущая утренней программы на казахском языке «Арайлы тан» (2009). Актыбинская Областная специализированная физико-математическая школа интернат, преподаватель английского языка (2009). Вокально-инструментальный ансамбль «ВИА» Актыобе. Артистка ансамбля (2009), ТРК «31 канал» ведущий-корреспондент новостной программы «Информбюро» (ведущая новостей, журналист с 2009 г. Алматы). КазНУ им. Аль-Фараби. Филологический факультет. Преподаватель английского языка. (2011-2014).

Повышение квалификации: Музыкальная школа г. Аральск – Класс: домбыра (1997-2001). Курсы английского языка «ЕШКО», сертификат г. Алматы (2001-2003). Сертификат о пройденном полном курсе обучения компьютерной грамотности (2009). Сертификат. Школа английского языка. Лондон. Великобритания, (2010).